

Resistência e mercado como arranjo socio-técnico. Do espaço ao lugar e ao sentido de comunalização

Helena Pires & Zara Pinto-Coelho

Com a modernidade, a experiência de vivência nas grandes cidades desencadeou estratégias de resistência ao nivelamento dos sujeitos, ao desgaste produzido pelos mecanismos técnico-sociais, à igualização provocada pelas formações supra-individuais, à intensificação das impressões e dos estímulos exteriores, efémeros e voláteis, do imprevisto, das mutações, assim como a resistência à racionalidade implacável e ao “carácter intelectualista” que mobilizam e estruturam o quotidiano (Simmel, 1903/2009). Além do mais, a crescente divisão do trabalho, a par da especialização, são apontadas por diversos autores (Simmel 1903/2009; Lefebvre, 1968/2011, 2008; Sennett, 1977/2017) como fatores que inevitavelmente afetam a estrutura, assim como as formas de vida no espaço público urbano. Caracterizado pela concentração de indivíduos e de todo o tipo de artefactos, no espaço público florescem, potencialmente, as sementes da reserva, ou mesmo da aversão, da repulsa, do ódio, estranheza e indiferença ao outro (Han, 2016/2018; Kovadloff, 1998). Os encontros sociais são muitas vezes, no espaço urbano, raros e efémeros:

Existe uma preocupação generalizada com o «declínio do espaço público» na cidade neoliberal: a privatização comercial do espaço, o advento de novos recintos, como, simbolicamente, os centros comerciais, e assim por diante. Estes são claramente processos que podemos testemunhar com alarme, e por uma série de boas razões. (Massey, 2005/2008, p. 152)

Evitar o atrofiamento da personalidade, mediante tais condições geradoras de anti-sociabilidade, constitui uma meta para as diferentes formas de resistência no espaço urbano. Como preservar, no quadro da vida urbana, a subjetividade, a diferença, a individualidade anímica? Como desenvolver “um órgão protector contra o desenraizamento” (Simmel, 2009, p. 5)? Como evitar a redução do espaço público urbano à sua função de troca? À homogeneização e `tradução daquilo que a todos é comum por via do dinheiro? Como resistir às formas universais e esquematicamente definidas (Simmel, 1903/2009, p. 8)? Baudelaire (1863/1941) e Benjamin (2006) falavam

da atitude *blasé* adotada por alguns indivíduos, enquanto modo de sobrevivência, baseada na aparente indiferença à impessoalidade generalizada. Mas outras formas de resistência encontram estratégias para se impor no espaço urbano.

Quando dizemos *espaço urbano* importa esclarecer que este não é um contentor, uma instância pré-determinada à espera de ser preenchida pelas ações e interações sociais. É ele mesmo uma produção social. Poderá mesmo dizer-se que tanto o modo de produção como as relações sociais organizam e realizam o espaço (Lefebvre, 2000). As relações sociais e espaciais co-constituem-se. Herdeiros, na cultura ocidental, do modelo da modernidade, associamos comumente o espaço urbano à homogeneidade, à fragmentação, à hierarquização, ao planeamento, ao controlo, à vigilância (Foucault, 1975/2002; Lipovetsky & Serroy, 2007). Partindo da haussmannização como paradigma da transformação urbana que às ruas sobrepõe as avenidas e aos recantos sombrios a transparência, poderá dizer-se que discutir, ainda hoje, os diferentes modelos de espaço urbano implica considerar os múltiplos modelos de comunicação. Os modelos que integram e privilegiam a natureza social da comunicação, enquanto condição fundamental, por um lado, potenciada por equipamentos e estruturas desenhados para o encontro, abertos à multiplicidade, e os modelos que visam o domínio unidirecional das ações, dos corpos e movimentos, em suma, modelos produtores de previsibilidade e de inteligibilidade, por outro. Perceber quais são as fissuras por entre as quais fervilham as diferenças, os conflitos, obriga-nos a equacionar a relação entre a estrutura e a conjuntura urbanas. Como diria Lefebvre (2000), a produção do espaço convoca as relações entre público e privado, o seu carácter estatista e íntimo, as relações de força e os ritmos sociais, os quais, por sua vez, implicam repetição e mudança. As dinâmicas de resistência decorrem, de algum modo, da perceção de que tais relações dialéticas tendem a anular-se, suplantadas pelas forças de dominação assimétricas e atrofiadoras que procuram eliminar as tensões e as diferenças latentes, simultaneamente na esfera social e no espaço que a mesma agencia.

Lefebvre estabelece uma analogia entre o espaço social e os lugares falados (tópicos) (2000). Por aproximação, será oportuno chamar à discussão Certeau (1994) quando, nas *artes de fazer*, enfatiza as práticas significantes que compõem a vida de todos os dias, tantas vezes à revelia do sistema (por analogia, a língua) ou, pelo menos, enquanto

modos de transformação da cidade pensada na cidade reinventada pelos usos (língua atualizada em ato, realizada enquanto linguagem ou enunciação).

A capacidade de percorrer e de incorporar o espaço sonhado, realizando-o enquanto uma prática poética, poderá por seu turno ser entendida enquanto forma de resistência. Como bem dizia Bachelard (1957/2008), por meio da imaginação, podemos transformar a cela de uma prisão num universo infinito. Tal acontece não apenas com as representações do espaço, como com os lugares habitados e experienciados, transformados em casa, em ninho, em concha. Sobrepor ao lugar o sonho pode na verdade potenciar a sua transformação, a sua densidade, forma e função, atribuindo-lhe ao mesmo tempo um carácter cósmico e íntimo. Também Benjamin (2006) conjugava a imaginação com a ação criativa, ilustrando por meio das suas imagens-dialéticas o carácter estético-político da vida urbana ‘desregrada’, em última análise incarnada pela figura do *flâneur*, que no avesso da pressa capitalista, e nas palavras de Baudelaire, em *O pintor da vida moderna*, experiencia o que é “Estar fora de casa, e contudo sentir-se em casa onde quer que se encontre”.

De entre outras instâncias, é nos mercados, objeto sobre o qual nos debruçamos de modo especial neste artigo¹, que os indivíduos resistem à experiência urbana de despersonalização generalizada, por um lado, e recuperam o sentido de vida comunalizada, por outro. Ali se produz a sociabilidade da vida de todos os dias, ao mesmo tempo que se inventam os lugares intermédios do público-privado ou do exterior-interior, nas franjas da estrutura pensada e desenhada. Na Praça de Braga, os comerciantes com banca fixa, por exemplo, afirmam-se participantes de uma prática cenográfica improvisada, recriadora de uma extensão do lar, na sua inter-comunicação com a vizinhança.

¹ <https://www.passeio.pt/galeria/compraca-comunicacao-na-praca-mercado-municipal-de-braga-o-que-pode-um-mercado/>

Projeto de investigação e intervenção desenvolvido no quadro da Passeio – Plataforma de Arte e Cultura Urbana (CECS, UMinho), entre 2021-2023.



[Episódio 1: Nas traseiras das bancas que separam os vendedores dos clientes, acumulam-se objetos semi-escondidos, de uso doméstico, que produzem a personalização do lugar ou, dito de outro modo, a sua transformação em 'casa':

chaleiras elétricas, micro-ondas, loiça, baldes e esfregonas de limpeza, aventais, objetos decorativos... Ali se aquecem refeições ligeiras, nos intervalos menos desassossegados da atividade ou se guardam os pertences privados; a relação de bastidores com a vizinhança é impulsionada ora pela competição, a ponto de se compararem entre si no engenho e aparato dos equipamentos introduzidos para adaptação ao espaço, o que chega a incluir móveis de cozinha embutidos na parte inferior das bancas (alguns trazidos de casa e ajustados, outros mandados fazer de encomenda), ora pela troca de favores, tais como o empréstimo de objetos e pequenas partilhas no quotidiano.]

Nos mercados, além do mais, a frequente relação de familiaridade entre produtores ou comerciantes e fregueses contraria a redução das trocas ao dinheiro enquanto denominador comum, e ali se observam “os últimos restos da produção própria e da troca imediata de mercadorias” (Simmel, 1903/2009, p. 6).







[**Episódio 2:** Ainda que o dinheiro não deixe de ser a moeda comum de troca generalizada no Mercado Municipal de Braga, uma certa incomparabilidade é mantida, assim como a distinção qualitativa, irreduzível a um padrão que ameaça substituir a pluralidade das coisas pela sua uniformidade. A não afixação dos preços, a sua variação consoante a relação com a freguesia e capacidade desta última de negociação, ou mesmo consoante a hora do dia e da semana, a que se acrescentam alguns resquícios de práticas de troca direta entre produtos (por exemplo, a troca de restos de comida ou de pão duro para as galinhas por restos de legumes ou fruta sobranes à venda nas bancas), ditam modos paralelos de interação. O mesmo se poderá dizer sobre a venda de bens, vegetais e animais, produzidos por algumas e alguns dos vendedores-agricultores que na Praça exibem aquilo que decorre, de forma direta, da sua força de trabalho. Apesar de esta realidade ser parcelar, uma vez que o mercado é simultaneamente um espaço de revenda, em alguns casos de produtos que não se distinguem dos hipermercados, é ainda possível ali encontrar redutos da troca económica não mediada.]

Distendendo o *direito à cidade*, concebida como lugar que se constitui na comunicação, nos encontros, nas trocas (Lefebvre, 1968/2011), tendo em consideração a discussão exposta neste artigo, sobre o *direito ao mercado*, importa assim enfatizar o modo como, no caso particular da Praça de Braga, se resiste à diluição da individualização na impessoalidade da vida urbana. Assim como ao modo como se preserva, quer o ‘habitar’ no espaço público, quer o direito à vida em comum (Sennett, 1977/2017). E ainda o direito à cidade enquanto obra participada (Lefebvre, 1968/2011). A apropriação do tempo, do espaço, do corpo e do desejo restituem, no mercado, o sentido próprio da realização pessoal (ainda que enredada na sua interação com o não-humano) e da obra coletiva ou comunalizada (Stavrides, 2016/2021). Uma tal abordagem enraíza-se, convirá não esquecer, no processo de resistência à alienação a que foram sendo votados, ao longo da história do capitalismo, os operários, numa perspetiva crítica marxista-leninista, em última análise reavendo-se o valor de uso, na relação com os meios de produção e com os produtos, e evitando-se o seu apagamento mediante a sobreposição do valor de troca, nivelador e universal.

As práticas de resistência à dominação do espaço não se cingem à apropriação ou à ocupação. Em primeiro lugar, como já apontado, convocando Lefebvre (2000), o espaço não é um continente vazio de conteúdo, uma realidade formal pré-existente à ação (Lefebvre, 2000). Em segundo, a recusa do espaço existente pode traduzir-se, não em ocupar esse mesmo espaço, mas em dar-lhe um outro uso, em conferir-lhe uma prática distinta. Deste exercício se aproximam as práticas semióticas de produção de novos sentidos, quer a partir da recriação do *potential meaning* (Halliday, 1978), ou seja, dos significados já introduzidos na sociedade (explicitamente reconhecidos ou não), potenciados pelas formas significantes, quer dos significados latentes (à espera de serem descobertos), aquilo que, segundo van Leeuwen (2005), distingue a noção de Halliday (1978) da noção de *affordance*, esta última inspirada em Gibson (1986):

"Na semiótica social, os recursos semióticos são signos, ações observáveis e objetos que foram produzidos no domínio da comunicação e que têm um potencial semiótico [affordance] que consiste em todos os usos passados e em todos os seus usos potenciais e o potencial semiótico atual consiste naqueles usos passados que são conhecidos e considerados relevantes pelos usuários com base nas suas necessidades e interesses específicos. Esses usos ocorrem num contexto social, e esse contexto pode ter regras ou boas práticas que regulam o modo como os recursos semióticos específicos podem ser usados, ou deixar os usuários relativamente livres no uso do recurso" (Van Leeuwen 2005, p. 4).

De um modo ou de outro, a criatividade das práticas significantes, que em Certeau (1994), nomeadamente, é ilustrada a partir das práticas pedestres do quotidiano, ganha, por vezes, de forma mais radical, os contornos do desvio, mais do que da simples apropriação ou ocupação do espaço.



[**Episódio 3:** Instalados no espaço interior do mercado, por iniciativa da gestão do espaço, na sequência das queixas dos vendedores que reclamavam sobre as elevadas temperaturas atingidas no pico do Verão (dado que a cobertura de vidro funciona como uma estufa, sobreaquecendo com o sol), as quais, designadamente, impediam a preservação dos produtos frescos com condições de consumo adequadas, os equipamentos de ‘ar condicionado’ visavam arrefecer o ambiente. Contudo, rapidamente se percebeu que estes eram inoperantes e ineficientes, tendo em vista o referido propósito. Assim, os vendedores não demoraram muito tempo a conferir-lhe outros usos, desde a sua transformação em vitrines para os seus produtos e outros objetos decorativos ou funcionais (por exemplo, calendários), em bengaleiros sobre os quais penduravam roupa e guarda-chuvas, etc.). Defraudada a expectativa inicial, os ditos equipamentos passaram, assim, de objetos de chacota geral a agentes potenciadores de práticas criativas, ao mesmo tempo que a recursos semióticos produtores de novos sentidos de realização do lugar, na sua relação com as práticas da apropriação, do desvio e da resistência.]

Poderá ainda acrescentar-se, a título ilustrativo da recriação do sentido do lugar, a prática observada de transformação do chafariz, instalado no ‘centro’ do mercado, em

‘sala de espera’. Face à inexistência de lugares para estar ou sentar, uma vez que a arquitetura interior do mercado foi feita para a circulação em permanência, demo-nos conta de que alguns dos homens, geralmente de meia idade, que acompanham as respectivas mulheres às compras, acabam por improvisar no chafariz uma sala de espera, aguardando pela finalização da tarefa, protagonizada sobretudo no feminino, com sacos de compras de que, entretanto, vão tomando conta, enquanto se entretêm, frequentemente, navegando com o telemóvel. Por outro lado, destaca-se ainda o caso particular do marido de uma das vendedoras mais antigas do mercado, já idoso e com Alzheimer, que apropriando-se desse mesmo lugar ali instalou um banco vermelho de plástico, onde se senta pacientemente, horas a fio, fazendo daquele espaço aberto um canto pessoal, o seu verdadeiro ‘centro de dia’.]

A produção do sentido do lugar, no mercado, é um processo socio-material que não se realiza senão tendo em consideração as interações entre humanos e coisas, humanos e estruturas, numa palavra, entre humanos e não-humanos. Tal como no espaço urbano em geral, a concentração de humanos, tecnologias e infraestruturas compõe uma *assemblage* que vai muito para além de uma mera realidade espacial. Tal quer dizer que essa mesma combinação constitui uma força material e social poderosa (e ao mesmo tempo constrangedora): “It is the coming together of overlapping sociotechnical systems that gives cities their world-making power” (Amin & Thrift, 2017, p. 10). Do mesmo modo, no mercado, uma amálgama de máquinas, humanos, não-humanos, infra-estruturas, redes, matérias e natureza não permite a sua redução a uma entidade física ou a uma simples formação territorial. Na verdade, a complexidade da natureza socio-técnica do mercado faz com que este apenas se constitua enquanto processo de ‘coming together’ (Amin & Thrift, 2017), um processo que se faz e se desfaz a cada instância espaço-temporal concreta.

O mercado é um espaço público urbano realizado no quotidiano pelas relações, designadamente, estabelecidas por meio de e com as mercadorias. Fruto da “força produtiva”, estas transformam-se em coisas, em entidades não-humanas potencialmente agentivas, uma vez espacializadas. Isto é, a passagem do nível estrutural à carne da experiência sensível (Merleau-Ponty, 1945/2001) que produz o próprio espaço enquanto instância corporal e relacional concreta – sobrepondo-lhe, de certo

modo, o carácter singular do lugar percebido e vivido – torna-se fundamental enquanto aquilo que (re)faz, a cada passo, o sentido. Nessa passagem operam agentes humanos e não-humanos, dos quais participam as mercadorias feitas coisas, todo o tipo de artefactos, a arquitetura..., co-constituindo-se, e coagindo-se, mutuamente. Nesta perspectiva, a morfologia material e a social são interdependentes. Como antecipa Lefebvre, em *O direito à cidade* (1968/2011, p. 54),

“As relações sociais são atingidas a partir do sensível; elas não se reduzem a esse mundo sensível e no entanto não flutuam no ar, não fogem na transcendência. Se a realidade social implica formas e relações, se ela não pode ser concebida de maneira homóloga ao objeto isolado, sensível ou técnico, ela não subsiste sem ligações, sem se apegar aos objetos, às coisas”.

O aprovisionamento de bens essenciais à sobrevivência no quotidiano ainda resiste enquanto prática de vida urbana coletiva, no seu modo presencial (apesar das mudanças de comportamento do consumidor com o desenvolvimento do e-commerce e os serviços de entrega ao domicílio, acentuados a partir da pandemia). Obrigando os indivíduos, e as famílias, a sair de casa, trata-se de uma prática que não dispensa a deslocação. No mercado, distintamente das grandes superfícies ou de outro tipo de comércio alimentar, é a própria experiência de circulação no espaço do seu interior que reclama do corpo um modo singular de combinação socio-técnica. Na linha da perspectiva pós-humana sobre a natureza híbrida que nos compõe, enquanto seres mentais, corporais, maquínicos e matéricos, importa ainda sublinhar que a ação humana não se confina aos limites físicos do corpo. Assim, importa ter em consideração os seus ‘meaningfull effects’ (Amin & Thrift, 2017, p. 23) sobre tudo aquilo que compõe a *assemblage* da vida quotidiana em comum.

Note-se que a noção de *semiotic assemblages*, segundo Pennycook (2018; 2024), define-se não estritamente pelo modo verbal, *as if languages pre-exist their instantiation in particular places*, mas *on the ways in which particular assemblages of objects, linguistic resources and places come together*. Não deixando de se impor a distinção entre a língua e a linguagem (ou língua e fala, segundo Certeau, 1994), importa considerar esta última não enquanto sistema abstracto, mas enquanto ação semiótica incorporada,

implantada nas relações materiais e nas variadas combinações instanciadas (Pennycook, 2018, 2024).





[Episódio 4: A observação etnográfica do mercado, nos seus contextos de agenciamento quotidiano, permitiu dar-mo-nos conta de que mais do que a troca de mercadorias é a sociabilidade aquilo que verdadeiramente mobiliza a transformação do espaço em

lugar. Nas interações sociais, os objetos têm um papel agentivo, que vai para além do seu estrito valor funcional e de mediação. Os produtos vendidos/comprados mobilizam a conversação, estimulam a troca de experiências e atualizam, quantas vezes, memórias. Poderá ressaltar-se o papel dos objetos sagrados que, inusitadamente, decoram bancas e lojas no mercado. Desde a figura do Santo António à da Pietá, são diversas as imagens que povoam o mercado, ora destacadas em prateleiras, ora misturando-se com as pilhas das mercadorias. Indiciando a transformação do mercado num lugar híbrido, ao mesmo tempo prosaico e de culto, tais figuras entrecruzam-se com a esfera do imaginário religioso coletivo, ali partilhado em contexto de vida prática, ao mesmo tempo que com a esfera mais íntima da crença, e mesmo da superstição, da qual cada vendedor se faz, mais ou menos discretamente, acompanhar no seu dia a dia. Deverá ainda acrescentar-se a função que estes mesmos objetos desempenham na realização da memória coletiva, assim como transgeracional, ao transitarem, em alguns casos, da banca dos pais para a banca dos filhos.]

Em suma, as práticas sociais no mercado de Braga entrelaçam, simultaneamente, e de um modo particular, práticas socio-semióticas, no seu sentido mais comum, uma vez que sendo relacionais acarretam, necessariamente, sentido (*meaning*), e práticas materiais, implicadas na relação com as coisas e no modo como estas são moldadas (e moldam) nessas mesmas relações (Law, 2019). Note-se, por isso, que a semiótica socio-material não pode desconsiderar as condições específicas de produção do sentido, os contextos, as instâncias espaço-temporais concretas e irrepetíveis. Além do mais, é importante referir que quando falamos em práticas nelas se incluem as ações agenciadas por entidades não-humanas, como oportunamente observa Law (2019, p. 6): “Material semiotics works on the assumption that ‘non-human actors’ can indeed act”.

O sentido realiza-se em contextos irrepetíveis e instanciados, combinando entidades múltiplas. Considerar o espaço enquanto acontecimento, na verdade, implica considerá-lo na sua transformação em lugar de experiência (Tuan, 1977). No quadro da abordagem deste artigo, esta experiência, por sua vez, designa as constelações que entrelaçam o humano e o não-humano, formando o sentido de *togetherness*. Atente-se que Massey (2005/2008) define o espaço enquanto ‘multiplicidade dinâmica’, o que quer dizer

multiplicidade composta de elementos imbuídos de temporalidade ou mesmo espaço enquanto processo de produção aberta e acontecimento. As práticas de inter-relação entre os diferentes elementos realizam a mudança em permanência, nem que seja pela atualização, sempre nova, da aparente repetição do mesmo. O processo socio-semiótico de produção do sentido não dispensa as interações entre entidades humanas e não-humanas e é, necessariamente, de natureza evenemencial. Como defende Latour, 'The connections among things alone make time' (1991/1993, p. 77).

Referências:

- Amin, A. & Thrift, N. (2017). *Seeing like a city*. Cambridge: Polity Press.
- Bachelard, G. (1957/2008). *A poética do espaço*. São Paulo. Martins Fontes.
- Baudelaire, C. (1863/1941). *O pintor da vida moderna*. Lisboa. Editorial "Inquérito" L.da (trad. Adolfo Casais Monteiro)
- Benjamin, W. (2006). *A modernidade*. Lisboa. Assírio & Alvim (Trad. João Barrento)
- Certeau, M. (1994). *A invenção do cotidiano I: as artes do fazer*. Petrópolis/RJ: Vozes.
- Foucault, M. (1975/2002). *Vigiar e punir. História da violência nas prisões*. Petrópolis: Editora Vozes (Trad. de Raquel Ramalhete)
- Gibson, J. J. (1986). *The ecological approach to visual perception*. London: LEA.
- Halliday, M.A.K. (1978). *Language as Social Semiotic. The Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold.
- Han, B.C. (2016/2018). *A expulsão do outro*. Lisboa: Relógio D'Água (Trad. Miguel Serras Pereira)
- Kovadloff, S. (1998). *Sentido y riesgo de la vida cotidiana*. Buenos Aires. Emecé Editores.
- Latour, B. (1991/1993). *We have never been modern*. Harvard: Harvard University Press (Trad. De Catherine Porter)
- Law, J. (2019). *Material semiotics*

(www.heterogeneities.net/publications/Law2019MaterialSemiotics.pdf)

Lefebvre, H. (2000). *La production de l'espace*. Paris: Éditions Anthropos.

Lefebvre, H. (1968/2011). *O direito à cidade*. São Paulo. Centauro.

Lefebvre, H. (2008). *A revolução urbana*. Belo Horizonte: Editora UFMG (trad. De Sérgio Martins)

Lipovetsky, G. & e Serroy, J. (2007). *L'écran global*. Paris: Éditions seuil.

Massey, D. (2005/2008). *For space*. LA: Sage.

Merleau-Ponty, M. (1945/2001). *Phénoménologie de la perception*. Paris. Gallimard.

Pennycook, A. (2018). *Posthumanist applied humanistics*. London/NY: Routledge

Pennycook, A. (2024). *Linguistic, Semiotic and Sociomaterial Assemblages*. Published online by Cambridge University Press.

Simmel, G. (1903/2009). *As grandes cidades e a vida do espírito*. UBI (Trad. de Artur Morão)

Sennett, R. (1977/2017). *The fall of the public man*. NY/London: W. W. Norton & Company.

Stavrides, S. (2016/2021). *Espaço comum. A cidade como obra colectiva*. Lisboa: Orfeu Negro (Trad. Jorge Colaço)

Tuan, Y.-F. (1977). *Space and place: the perspective of experience*. Minnesota: University of Minnesota Press.

Van Leeuwen, T. (2005). *Introducing Social Semiotics*. London: Routledge.